

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Riset ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut W. Craswell dan D. Craswell (2018, para. 1), penelitian kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji teori objektif dengan memeriksa hubungan antara variabel. Variabel-variabel tersebut dapat diukur sehingga didapatkan data yang dianalisis dengan prosedur statistik. Variabel tersebut terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Siregar (2017, p. 10) mengemukakan variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi variabel lain. Sedangkan, variabel terikat merupakan variabel yang menjadi akibat dari variabel lain (Siregar, 2017, p. 10). Adapun penelitian ini memiliki tiga variabel, yaitu konsumsi media, gratifikasi, dan peneguhan identitas. Variabel bebas (X) pada studi ini terdapat dua, yaitu konsumsi media ( $X_1$ ) dan gratifikasi ( $X_2$ ). Sementara, variabel terikat (Y) adalah peneguhan identitas.

Kemudian, sifat dari penelitian ini ialah eksplanatif. Menurut Priyono (2008, p. 38), sifat eksplanatif dilakukan untuk mendapatkan hasil dari gambaran mengenai hubungan sebab akibat. Adapun tujuan dari eksplanatif untuk menghubungkan pola berbeda yang memiliki keterkaitan dan menghasilkan pola hubungan sebab akibat (Priyono, 2008, p. 38). Hal tersebut sejalan dengan

penelitian ini yang bertujuan untuk mencari hubungan konsumsi media dan gratifikasi dengan peneguhan identitas pelajar Indonesia di Rusia.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian pada riset ini menggunakan metode survei. Menurut John W. Creswell dan J. David Creswell (2018, para. 2), penelitian survei memberikan deskripsi kuantitatif atau numerik tentang tren, sikap, atau pendapat suatu populasi dengan mempelajari sampel dari populasi tersebut. Adapun karakteristik penelitian survei ialah sebagai berikut (Kerlinger, 1973 dalam Siregar, 2017, p. 4).

- Objek penelitiannya merupakan populasi besar maupun populasi kecil. Akan tetapi, pengolahan data didapat dari sampel pada populasi tersebut. Selanjutnya, ditemukan peristiwa relatif, distribusi, serta hubungan antara variabel, sosiologis dan psikologis.
- Penelitian survei digunakan untuk menggeneralisasi dari suatu pengamatan yang tidak mendalam.
- Tidak memerlukan kelompok kontrol, seperti pada penelitian eksperimen.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan survei pada pelajar Indonesia di Rusia untuk mengetahui konsumsi media dan gratifikasinya yang dihubungkan dengan peneguhan identitasnya.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam metode penelitian adalah keseluruhan dari objek penelitian berupa hewan, manusia, tumbuhan, dan lainnya (Bungin, 2006 dalam Siregar, 2017, p. 30). Sehingga, kata populasi digunakan untuk menyebutkan sekelompok/serumpun objek yang menjadi sasaran penelitian (Siregar, 2017, p. 30).

Penelitian ini menggunakan populasi pelajar Indonesia yang bersekolah di Rusia. Menurut UNESCO *Institute for Statistics (UIS) Global Education Digest* tahun 2006, definisi pelajar internasional merupakan pelajar yang melintasi perbatasan untuk tujuan belajar (Clark, 2009, para. 3). Berdasarkan definisi tersebut, kriteria responden dalam penelitian ini ialah:

- Seseorang yang mengambil studi menjadi sarjana, magister, doktor, diploma, dan lain sebagainya di Rusia.
- Tinggal di Rusia.
- Memiliki kewarganegaraan Indonesia.

Adapun jumlah mahasiswa Indonesia di Rusia, berdasarkan data Permira (Perhimpunan Mahasiswa Indonesia di Rusia) per 6 September 2020, ialah 550 orang (Adelina, Personal Communication, October 2, 2020). Para pelajar tersebut tersebar pada 33 kota di Rusia, yaitu:

Tabel 3.1 Kota Tempat Tinggal Pelajar Indonesia di Rusia

No.	Kota	Jumlah Pelajar
1.	Arkhangelsk	4
2.	Belgorod	4
3.	Kursk	3
4.	Oryol	2
5.	Tula	3
6.	Irkutsk	5
7.	Yakutsk	2
8.	Kazan	87
9.	Ivanovo	1
10.	Moskow	177
11.	Crimea	1

12.	Rostov	48
13.	Kaliningrad	1
14.	Saint Petersburg	88
15.	Penza	2
16.	Samara	9
17.	Altai	1
18.	Novosibirsk	7
19.	Tomsk	59
20.	Ufa	5
21.	Astrakhan	2
22.	Nalchik	2
23.	Volgograd	7

24.	Vladivostok	4
25.	Tambov	4
26.	Voronezh	9
27.	Chelyabinsk	2
28.	Perm	2
29.	Tyumen	3
30.	Yekaterinburg	12
31.	Cheboksari	4
32.	Nizhniy Novgorod	2
33.	Yoshkar-Ola	4

Kemudian, populasi tersebut akan dikerucutkan menjadi sampel. Menurut Siregar (2017, p. 30), sampel ialah sebuah prosedur pengambilan data sebagian populasi yang digunakan untuk menentukan sifat dan ciri dari suatu populasi.

Dengan kata lain, hasil dari sampel tersebut dapat mewakili populasi yang diteliti. Ada berbagai cara menentukan ukuran sampel. Menurut Sugiyono (2018, p. 87), penentuan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan atau kepercayaan yang dikehendaki. Tingkat kepercayaan ini bergantung pada sumber dana, waktu, dan tenaga peneliti. Sugiyono melanjutkan bahwa semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan, maka semakin besar tingkat kesalahannya. Sebaliknya, semakin besar sampel yang diperlukan, maka semakin kecil tingkat kesalahannya. Studi ini menggunakan tabel Isaac dan Michael untuk menentukan jumlah sampel (Sugiyono, 2018, p. 87). Isaac dan Michael mengembangkan penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu untuk tingkat kesalahan 1 persen, 5 persen, dan 10 persen. Tabel Isaac ini dapat digunakan berdasarkan asumsi populasi berdistribusi normal, serta jumlah populasi diketahui (Sugiyono, 2018, p. 88). Berikut tabel Isaac dan Michael.

Gambar 3.1 Tabel Isaac dan Michael

**TABEL PENENTUAN JUMLAH SAMPEL ISAAC DAN  
MICHAEL DARI POPULASI TERTENTU DENGAN TARAF  
KESALAHAN 1%, 5%, DAN 10%**

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
									664	349	272

Sumber: Sugiyono, 2018, p. 87

Peneliti menggunakan tabel Isaac dan Michael ini dengan asumsi bahwa data berdistribusi normal dan jumlah populasi diketahui. Berdasarkan tabel tersebut, jumlah populasi penelitian sebesar 550 sehingga sampel yang digunakan ialah 213 orang. Jumlah tersebut menggunakan taraf kesalahan yang digunakan ialah sebesar 5 persen.

Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini ialah bola salju (*snowballing sampling*). Menurut Sugiyono (2018, p. 85), teknik penentuan



sampel ini bermula dari jumlah kecil, lama-kelamaan membesar. Teknik ini menggunakan pengibaratan bola salju yang menggelinding dan menjadi besar. Siregar (2017, p. 34) menjelaskan bahwa teknik pengambilan sampel bola salju digunakan ketika calon responden sulit diidentifikasi. Peneliti menggunakan teknik ini dikarenakan belum mengetahui daerah dan data responden di Rusia. Pada penerapannya, peneliti akan meminta kontak yang dapat dijadikan responden selanjutnya dari responden sebelumnya.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Sesuai konsep yang telah dipaparkan pada Bab II Kerangka Teori dan Konsep, konsep tersebut harus dioperasionalkan sehingga menghasilkan sebuah indikator pengukur. Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu konsumsi media ( $X_1$ ), gratifikasi media ( $X_2$ ) dan peneguhan identitas ( $Y$ ).

Konsumsi media ( $X_1$ ) didapat dari penggunaan media audiens yang diukur dengan frekuensi. Berdasarkan penelitian dari Widholm (2018, p. 8), konsumsi media dapat diukur dengan dimensi *habits* ialah sebagai berikut.

Tabel 3.2 Dimensi *Habits*

Dimensi	Indikator
<i>Habits</i>	Frekuensi audiens mengonsumsi media.

Adapun, dimensi dari gratifikasi ( $X_2$ ) menggunakan rumusan dari Mcquail, Blumler, dan Brown adalah sebagai berikut (West & Turner, 2010, p. 395-397).

Tabel 3.2 Dimensi Gratifikasi

Dimensi	Indikator
<i>Diversion</i>	Pelarian audiens dari rutinitas atau masalah sehari-hari.
<i>Personal Relationships</i>	Audiens menjadikan media sebagai sahabat.
<i>Personal Identity</i>	Audiens menjadikan media sebagai pendorong untuk memperkuat nilai-nilai individunya.
<i>Surveillance</i>	Informasi mengenai bagaimana media akan membantu audiens mencapai sesuatu.

Selanjutnya, pengukuran variabel Y akan menggunakan indikator dari Feitosa dan Salas (2012, p. 531) sebagai berikut. Indikator ini dipilih oleh Feitosa dan Salas dari banyak penelitian ahli, seperti Horman dan Bordia (2006), Cameron (2004), Mael dan Tetrick (1992), Evans dan Jarvis (1980), Sellers et al. (1998), Elleers et al. (1999), dan Stokes (1983). Peneguhan identitas pada variabel

ini diukur pada paguyuban Indonesia di Rusia sebagai *in group*. Berikut merupakan dimensi dari peneguhan identitas.

Tabel 3.3 Dimensi Variabel Peneguhan Identitas

Dimensi	Indikator
<i>Categorization</i>	Kategorisasi mengacu pada pengetahuan tentang keanggotaan seseorang.
<i>Sense of Belonging</i>	Rasa memiliki berkaitan dengan sejauh mana seorang anggota berkomitmen pada kelompok dan merasa menjadi bagiannya.
<i>Positive Attitudes</i>	Sikap positif merupakan sikap anggota lebih terkait dengan perasaan pribadinya tentang menjadi anggota kelompok itu.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Riset ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa survei. Survei dilakukan untuk menggeneralisasi sesuatu dari sebuah pengamatan (Siregar, 2017, p. 4). Menurut Kerlinger (1973 dalam Siregar, 2017, p. 4), karakteristik survei merupakan sebuah penelitian yang dilakukan pada objek dengan populasi besar maupun kecil. Akan tetapi, data penelitian tersebut ialah data dari sampel penelitian yang mewakili populasi. Kemudian, data tersebut dapat menemukan

kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antara variabel, psikologis maupun sosiologi.

Peneliti akan melakukan survei untuk mengetahui konsumsi media, gratifikasi, dan peneguhan identitas pada pelajar Indonesia di Rusia. Survei dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan melalui kuesioner. Kuesioner merupakan teknik untuk mengumpulkan informasi yang menganalisis sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik manusia (Siregar, 2017, p. 21). Terdapat beberapa jenis kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data, yaitu kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka. Menurut Siregar (2017, p. 21), kuesioner tertutup adalah pertanyaan-pertanyaan berbentuk pilihan ganda yang akan diberikan ke responden. Sedangkan, kuesioner terbuka ialah pertanyaan-pertanyaan dibuat untuk memberikan keleluasaan pada responden agar dapat menyampaikan pendapat sesuai keinginan masing-masing. Dalam penelitian ini, jenis kuesioner yang digunakan ialah kuesioner tertutup. Kemudian, skala yang digunakan ialah skala *likert*. Siregar (2017, p. 25) menjelaskan bahwa skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Adapun mekanisme pemberian skor pada penelitian ini terdapat pada tabel di bawah ini (Siregar, p. 25).

Tabel 3.4 Pemberian Skor Kuesioner

JAWABAN	ITEM	ITEM
---------	------	------

PERNYATAAN	POSITIF	NEGATIF
SANGAT SETUJU (SS)	5	1
SETUJU (S)	4	2
NETRAL (N)	3	3
TIDAK SETUJU (TS)	2	4
SANGAT TIDAK SETUJU (STS)	1	5

Skala likert tersebut digunakan untuk mengukur gratifikasi konsumsi media dan peneguhan identitas responden.

Penyebaran kuesioner melalui tautan yang terhubung dengan *Google Form*. Tautan ini akan disebarakan melalui *Instagram*, *Twitter*, dan *Whatsapp*. Penyebaran tautan akan dibantu oleh Permira Rusia.

## 3.6 Teknik Pengukuran Data

### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas, menurut Siregar (2017, p. 46), ialah digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang diukur. Suatu penelitian dilakukan agar dapat melihat kecenderungan, pengaruh, hubungan, dan sebagainya pada suatu topik atau fenomena tertentu. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian valid yang telah dilakukan. Untuk menghasilkan penelitian yang valid, dibutuhkan juga data-data responden yang valid sehingga bisa diolah untuk diketahui hasilnya. Maka dari itu, diperlukan pengujian terhadap instrumen pengukuran untuk memastikan kevalidannya.

Penelitian ini menggunakan uji validitas konstruk. Jack R. Frankel menjelaskan bahwa uji validitas konstruk merupakan pengujian dengan cakupan terluas (Siregar, 2017, p. 47). Hal tersebut dikarenakan validitas konstruk melibatkan beberapa prosedur. Azwar dan Soegiyono menjabarkan beberapa kriteria untuk mengetahui apakah kuesioner yang akan digunakan sudah tepat, yaitu sebagai berikut (Siregar, 2017, p. 47).

1. Apabila koefisien korelasi *product moment* lebih dari 0,3.
2. Apabila koefisien korelasi *product moment* lebih dari r-tabel ( $\alpha$ ;  $n-2$ )  $n$  = jumlah sampel.
3. Nilai Sig. kurang dari sama dengan  $\alpha$ .

Adapun rumus uji validitas konstruk dengan teknik korelasi *product moment* ialah sebagai berikut.

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

n = Jumlah responden.

X = Skor variabel (jawaban responden).

Y = Skor total dari variabel (jawaban responden).

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS. Jumlah responden pada uji validitas ini ialah 40 orang. Menurut Singarimbun dan Effendi (2012, p. 137), jumlah responden pengujian minimal 30 orang agar distribusi nilai akan mendekati kurva normal. Adapun hasil dari uji validitas ialah sebagai berikut.

Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel X<sub>1</sub>

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,552	0,312	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas pada variable X<sub>1</sub> mendapatkan hasil sebesar 0,552. Nilai tersebut lebih besar dari r table sehingga dinyatakan valid.

Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel X<sub>2</sub>

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	0,583	0,312	Valid
2.	0,648	0,312	Valid
3.	0,484	0,312	Valid
4.	0,513	0,312	Valid
5.	0,810	0,312	Valid
6.	0,802	0,312	Valid
7.	0,733	0,312	Valid
8.	0,751	0,312	Valid
9.	0,820	0,312	Valid
10	0,708	0,32	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas pada variabel X<sub>2</sub> menunjukkan 10 item dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan r hitung lebih besar dibandingkan r tabel.



Tabel 3.7 Uji Validitas Variabel Y

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,672	0,312	Valid
2	0,677	0,312	Valid
3	0,836	0,312	Valid
4	0,867	0,312	Valid
5	0,729	0,312	Valid
6	0,784	0,312	Valid
7	0,570	0,312	Valid
8	0,645	0,312	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 8 item yang dinyatakan valid dari hasil uji validitas variabel Y. Hal tersebut dikarenakan r hitung lebih besar dibandingkan r tabel.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, untuk menilai apakah alat ukur tersebut reliabel (Siregar, 2017, p. 55). Alat ukur yang reliabel adalah alat ukur yang menghasilkan data yang konsisten,

stabil, tetap, dapat diandalkan (Siregar, 2017, p. 55). Peneliti akan menguji dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah sebagai berikut (Siregar, 2017, p. 57).

- Jika *Cronbach's Alpha* > 0.60 maka reliabel
- Jika *Cronbach's Alpha* < 0.60 maka tidak reliabel

Untuk mengetahui apakah alat instrumen pengukuran tersebut reliabel dalam penelitian ini, digunakan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut (Siregar, 2017, p. 56).

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

k = Jumlah butir pertanyaan.

$\sigma_t^2$  = Varians total.

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians butir.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS. Jumlah responden pada uji reliabilitas ini ialah 40 orang. Menurut Singarimbun dan Effendi (2012, p. 137), jumlah responden pengujian minimal 30 orang agar distribusi nilai akan mendekati kurva normal. Adapun hasil uji reliabilitas ialah sebagai berikut.

Gambar 3.2 Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,868	11

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa 11 item pertanyaan untuk menguji variabel X terbukti reliabel. Hal tersebut dikarenakan nilai cronbach's alpha variabel X sebesar 0,868. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan syarat, yaitu lebih dari 0,6.

Gambar 3.3 Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,870	8

Sumber: Olahan Peneliti

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa 8 item pertanyaan untuk menguji variabel Y terbukti reliabel. Hal tersebut dikarenakan nilai cronbach's alpha variabel Y sebesar 0,870. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan syarat, yaitu lebih dari 0,6.

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Data Survei

Jenis analisis data survei pada penelitian ini ialah analisis bivariat. Analisis bivariat merupakan analisis untuk mengukur dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat (Siregar, 2017, p. 250). Adapun penelitian ini akan menguji hubungan antara variabel konsumsi media dan gratifikasi dengan peneguhan identitasnya. Menurut Siregar (2017, p. 250), analisis hubungan atau korelasi merupakan bentuk analisis data penelitian yang bertujuan mengetahui kekuatan saling terikat dua variabel tersebut.

Oleh karena itu, analisis hubungan menggunakan uji koefisien korelasi antara variabel  $X_1$  (konsumsi media) dan  $X_2$  (gratifikasi) dengan Variabel  $Y$  (peneguhan identitas). Analisis ini menggunakan uji korelasi berganda. Menurut Siregar 92017, p. 252), analisis korelasi berganda dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara ketiga variabel. Selain itu, analisis ini juga dilakukan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan dari masing-masing variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$ . Siregar (2017, p. 252) memaparkan rumus menguji korelasi variabel  $X$  dan variabel  $Y$  menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut.

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah data.

$X$  = Variabel bebas.

$Y$  = Variabel terikat.

Adapun pengukuran kekuatan hubungan dapat terlihat dari nilai korelasi ( $r$ ) pada tabel berikut (Siregar, 2017, p. 251-252).

Tabel 3.8 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Nilai Korelasi ( $r$ )	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	Sangat kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 - 0,599	Cukup
0,20 - 0,399	Lemah
0,00 - 0,199	Sangat lemah

Adapun pengukuran tinggi atau rendahnya variabel konsumsi media, variabel gratifikasi, dan variabel peneguhan identitas menggunakan rumus yang dipaparkan oleh Widoyoko (2012, p. 113 dalam Mahmudah, 2016, p. 80) sebagai berikut.

$$\text{Jarak Interval} = \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{Nilai skor terendah}}{\text{Banyak kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berikut merupakan klasifikasi rata-rata variabel berdasarkan hasil hitung peneliti.

Tabel 3.9 Rata-Rata Skor

Rata-Rata Skor	Keterangan
1 – 1,8	Sangat Rendah
> 1,8 – 2,6	Rendah
> 2,6 – 3,4	Sedang
> 3,4 – 4,2	Tinggi
> 4,2 – 5	Sangat Tinggi

### 3.7.2 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah syarat untuk menggunakan uji statistik parametris (Sugiyono, 2018, p. 172). Pengujian tersebut mensyaratkan setiap data yang dianalisis harus berdistribusi normal (Sugiyono, 2018, p. 172). Penelitian ini menggunakan analisis korelasi yang termasuk statistik parametris. Oleh karena itu, perlu dilakukan uji normalitas untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak. Kemudian,

penggunaan sampel dari Isaac dan Michael mengharuskan data berdistribusi normal pula (Sugiyono, 2018, p. 88).

Pengujian normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan Yamin dan Kurniawan (2014, p. 242), tes Kolmogorov- Smirnov digunakan untuk mengetes tingkat kesesuaian antara distribusi serangkaian sampel dengan distribusi teoritis tertentu. Mereka juga mengatakan bahwa tes ini biasa digunakan untuk menguji asumsi normalitas data. Peneliti melakukan uji normalitas menggunakan *SPSS Statistic 24.0 for windows*.